



Prais a lansat Inițiativa LOHAS

Firma de consultanță în comunicare integrată PRAIS Corporate Communications, la aniversarea a zece ani de existență, a lansat "Inițiativa LOHAS", o linie completă de servicii de promovare și marketing strategic care are ca obiectiv promovarea pieței produselor și serviciilor realizate prin practici de afaceri economic sustenabile, prietenoase față de mediul înconjurător. Inițiativa LOHAS-PRAIS se va materializa, începând cu acest an, printr-o serie de dezbatere publice, campanii de informare

la nivel național, în paralel cu dezvoltarea unor proiecte și a unui concurs. LOHAS este acronimul pentru Lifestyles of Health and Sustainability (stiluri de viață sănătoase și durabile) un termen care desemnează un segment de piață cu o creștere spectaculoasă în America de Nord, Europa Occidentală, Japonia și Australia. Centrată, în principal, pe patru direcții distincte - sănătate (stiluri de viață sănătoase), mediu (ecologie, stiluri de viață ecologice), dezvoltare personală și economie durabilă -

piața LOHAS este măsurată și evaluată constant de Institutul de Marketing Natural (NMI) din Statele Unite, cel care a creat acest concept. Cercetări internaționale estimează piața LOHAS ca având o valoare globală de peste 550 de miliarde de dolari, în acest moment. Creșteri spectaculoase sunt însă așteptate în următorii zece ani. Doar în Statele Unite, în cadrul forumului LOHAS de anul trecut, experții au revelat faptul că, până în 2015, piața LOHAS va crește de patru ori, atingând 845 miliarde de dolari

SUA. Consumatorii LOHAS doresc să știe „de unde vine?”, „cine l-a produs?”, „în ce este ambalat?” un anumit produs și „ce se va întâmpla cu el după ce îl arunc?”. LOHAS pregătește afacerile pentru mediul volatil al viitorului apropiat, în condiții de stabilitate economică, fiind un instrument nou, puternic, de relaționare directă între corporații, consumatorii produselor acestora și societate, căci lumea se schimbă către un model economic ecologic.

MARCEL SĂMÂNȚĂ